

BAB III

DATA DAN ANALISA

3.1 Data

Bab ini akan menjelaskan tentang data yang sudah di dapatkan oleh penulis berdasarkan dari penelitian tentang *Laws Of the Game*.

3.1.1 Hasil Wawancara Ahli

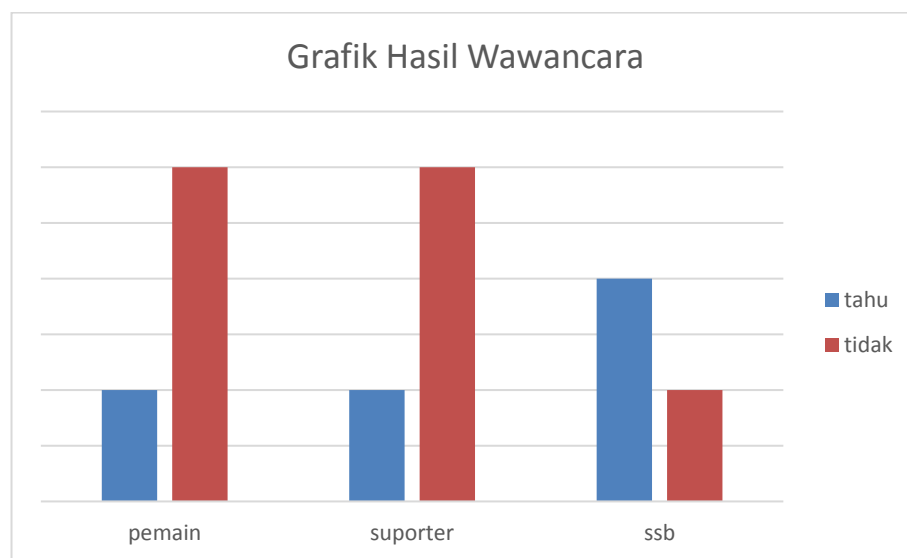
Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dari narasumber tentang *Laws of the Game* sepak bola, dampak yang terjadi jika seseorang tidak paham tentang peraturan dalam permainan sepak bola diantaranya adalah dapat terjadi kerusuhan yang mengakibatkan *supporter* masuk ke lapangan, *supporter* juga akan cenderung sok tahu dan asuntif tentang permainan, pemain yang tidak menerima ganjaran akan memicu kemarahan *supporter*, profesionalitas antara pemain, wasit dan *supporter* tidak akan pernah terjadi serta mengakibatkan kualitas para pemain yang kurang baik saat bermain sepak bola liga international.

Beberapa penyebab seseorang tidak paham akan peraturan atau *Laws of the Game* sepak bola :

1. Tidak adanya media edukasi tentang *Laws of the Game*
2. Tidak adanya kelas khusus yang membahas tentang *Laws of the Game*
3. Kurangnya penekanan pembelajaran tentang *Laws of the Game* dari pelatih dan pihak sekolah (SSB)
4. Istilah *Laws of the Game* masih asing

3.1.2 Hasil Wawancara Target

Wawancara dilakukan kepada 3 orang pemain sepak bola, 3 Sekolah Sepak Bola (SSB/Akademi) dan 3 orang supporter dengan tujuan untuk mengetahui apakah mereka sudah mengenal *Laws of the Game*. Dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap target diketahui, ternyata masih banyak yang belum tahu tentang *Laws of the Game* bahkan beberapa dari mereka ada yang baru mendengar istilah tersebut, berikut grafik hasil wawancara



Gambar 3.1 Grafik Hasil Wawancara

3.2 Analisis

Menurut Wikipedia. Analisis adalah proses pemecahan suatu masalah kompleks menjadi bagian-bagian kecil sehingga bisa lebih mudah dipahami.

3.2.1 Target Audience

- Demografis
 - Jenis kelamin : Laki-laki
 - Pendidikan : Pelajar
 - Usia : 13 - 17 Tahun
 - SES : Menengah
- Geografis
 - Kota Bandung
- Psikografis
 - Suka dengan sepak bola
 - Pemain di sebuah klub sepak bola
 - Suka menonton sepak bola



Gambar 3.2 Target audience

(Sumber dokumentasi pribadi)

3.2.2 Analisis 5W2H

5W1H merupakan pokok-pokok dalam Teks Berita yang menjadi inti informasi dari penyusunan naskah. Berita yang baik haruslah memenuhi unsur 5W1H tersebut. Unsur-unsur yang dimaksud antara lain adalah Apa, Siapa, Di Mana, Kapan, Kenapa dan Bagaimana. Di dalam dunia desain 5W1H ini digunakan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan mendalam dengan tujuan mengetahui jawaban dari setiap permasalahan.

- ***What***

Laws Of the Game adalah aturan terkodifikasi yang membantu memahami tata cara permainan sepak bola. Pedoman ini adalah satu-satunya hukum sepak bola yang dianut oleh badan olahraga FIFA.

- ***When***

Saat seseorang memainkan permainan sepak bola, saat membuat suatu pelanggaran dan peraturan dalam permainan sepak bola.

- ***Where***

Di lapangan sepak bola, sekolah khusus sepak bola.

- ***Who***

Pecinta sepak bola, pemain, dan pelatih di kota Bandung.

- ***Why***

Karena *Laws Of the Game* menjadi pedoman bagi pelaku, sampai penikmat sepak bola, dengan paham dan mengetahui seperti apa *Laws Of the Game* akan meminimalisir banyaknya keributan- keributan yang terjadi di lapangan sepak bola Indonesia.

- ***How***

Dengan cara menyisipkan informasi dan edukasi di media-media dalam bentuk visual yang sering ditemui para pencinta sepak bola. Media yang berisi edukasi dan informasi tentang *Laws Of the Game* tersebut juga haruslah menarik dan mudah dipahami

- ***How Much***

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 9 orang responden, hasilnya menunjukkan bahwa seluruh responden yang di survey diketahui belum mengenal apa itu istilah *Laws Of the Game* sepak bola.

3.2.3 Consumer Journey

Untuk mendapatkan data melalui *consumer journey* yang diambil sesuai dengan kriteria **Consumer Journey** yang sudah ditentukan, berikut adalah wawancara yang dilakukan terhadap target audien.

1. Nama : Bevan ruliv
Usia : 16 tahun
Status : Pelajar

Tabel 3.1 Consumer Journey 1

Waktu	Kegiatan	<i>Touch Point</i>	<i>Point of Contact</i>
07.30-08.00	Bangun tidur Mandi, siap-siap berangkat sekolah	Kamar,handphone, kamar mandi	Poster kamar, Jam, Sosial Media, Kalender, Sampo, Sabun, Pasta Gigi, Sikat Gigi, Cermin, Gelas.
08.00	Berangkat sekolah	Jalan raya	Banner, Baliho, Stiker, <i>Road Banner</i> , spanduk
08.30-12.00	Sampai di sekolah	Sekolah, kelas	Poster, Mading
12.00-13.00	Makan siang, Istirahat	Kantin, Mushola	Poster, Spanduk
13.00-16.00	Pulang sekolah	Jalanan	Banner, Baliho, Poster, <i>Road Banner</i>
16.00-18.00	Main bareng teman, jalan-jalan	Café, lapangan sepak bola, mall	Banner, Poster, <i>Merch</i> , Famplet,
18.00-20.00	Sampai di rumah, istirahat, main game	Kamar, handphone	Poster, Jam, Sosial Media, Televisi, Handphone, Laptop/komputer
20.00-22.00	Mengerjakan tugas	Kamar	Buku, Meja, Laptop, Handphone
22.00-07.30	Tidur	Kamar	Selimut, Jam, Kasur,

2. Nama : Ilfan Naufal Z
 Usia : 15 tahun
 Status : Pelajar

Tabel 3.2 Consumer Journey 2

Waktu	Kegiatan	<i>Touch Point</i>	<i>Point of Contact</i>
06.00	Bangun tidur, solat subuh, main hp	Kamar, mushola, handphone	Jam, Poster, Mushola, Sosial Media.
06.30-07.00	Mandi, siap-siap berangkat sekolah	Kamar , kamar mandi	Poster, Jam, Lemari, Cermin, Botol Minum,
07.00-07.20	Sarapan	Pedagang Kaki lima	Baliho, Spanduk,
07.20	Berangkat sekolah	Jalan raya, angkot	Road Banner, Baliho, Poster, Videotron
07.50	Sampai di Sekolah	Sekolah	Mading, Poster, Banner
08.00-12.00	Sekolah	Kelas, Lab komputer	Meja, Jam, Komputer, Poster, Iklan Web
12.00-13.00	Istirahat, makan siang	Kantin	Spanduk, Menu Makanan, Flayer
13.00-15.45	Sekolah	Lapangan, ekskul	Mading, Poster, Spanduk
15.45	Pulang	Jalan	Road Banner, Baliho, Spanduk, Poster, Videotron
15.45-17.00	Nongkrong, main hp	Warung kaki lima, <i>Handphone</i>	Spanduk, Menu Makanan, Poster, <i>Merch</i> , Media Sosial
19.00-19.45	Pulang ke rumah	Jalan raya	Road Banner, Baliho, Spanduk, Poster, Videotron
19.45	Sampai, istirahat,	Kamar, lapangan futsal	Jam, Sosial Media
20.00	Nonton tv, mandi, makan malam, maen game, main handphone	Kamar mandi, <i>Handphone</i>	Jam, Sosial Media
21.30-23.30	Mengerjakan tugas	Kamar, meja, laptop, <i>Handphone</i> , buku	Internet, Sosial Media, Jurnal
23.30-06.00	Tidur	Kamar	Selimut, Kasur, <i>Handphone</i>

3. Nama : Hidayatul ukhro
 Usia : 16 tahun
 Status : Pelajar

Tabel 3.3 Consumer Journey 3

Waktu	Kegiatan	<i>Touch Point</i>	<i>Point of Contact</i>
08.00	Bangun tidur, cek handphone	Kamar, handphone	Selimut, Jam, Sosial Media
08.30	Mandi, siap-siap berangkat sekolah	Kamar mandi, kamar	Peralatan Mandi, Lemari, Poster
09.00	Berangkat sekolah	Jalan raya	<i>Road Banner</i> , Baliho, Spanduk, Poster, Videotron
09.30-11.30	Sekolahan	Sekolah, kelas	Spanduk, Mading, Poster
11.30-12.30	Istirahat, makan	Kantin	Spanduk, Menu Makanan, Poster, Flayer
12.30-14.00	Sekolah	Kelas	Spanduk, Mading, Poster
14.00-17.00	Pulang sekolah, latihan bola	Jalan raya, Lapangan bola	<i>Road Banner</i> , Baliho, Spanduk, Poster, Videotron
17.00	Pulang ke rumah	Jalan raya	<i>Road Banner</i> , Baliho, Spanduk, Poster, Videotron
17.30	Istirahat, nonton tv, ngemil	Kamar, Tv, warung	Iklan tv, Poster
19.00	Makan malam	Warung makan	Spanduk, Poster, Menu Makanan
19.30-21.00	Mengerjakan tugas	Kamar	Jurnal, Internet, Sosial Media
21.00-24.00	Nonton film	Kamar	Internet, Poster, Jam, <i>Handphone</i>



Gambar 3.3 Foto responden

(Sumber dokumen pribadi)

- **Study Indikator**

Sampel yang digunakan untuk penulis dapat menentukan media apa saja yang akan digunakan dan dimana saja media itu akan diposisikan. Sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin dicapai tepat sasaran. Berdasarkan sampel *consumer*.



Gambar 3.4 Study Indikator

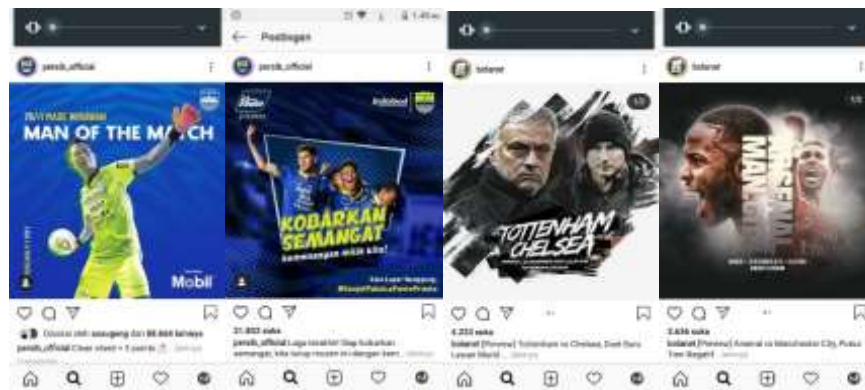
(Sumber dokumen pribadi)

Kesimpulan *Consumer Journey*

Data dari sampel di atas dapat ditentukan media apa saja yang akan digunakan dan dimana saja media itu akan di tempatkan. Sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin dicapai tepat sasaran.

3.2.3.1 Referensi Visual

Referensi Visual didapatkan dari hasil analisa *target audience*. Dimana audience lebih menyukai gaya visual *Digital Imaging*.

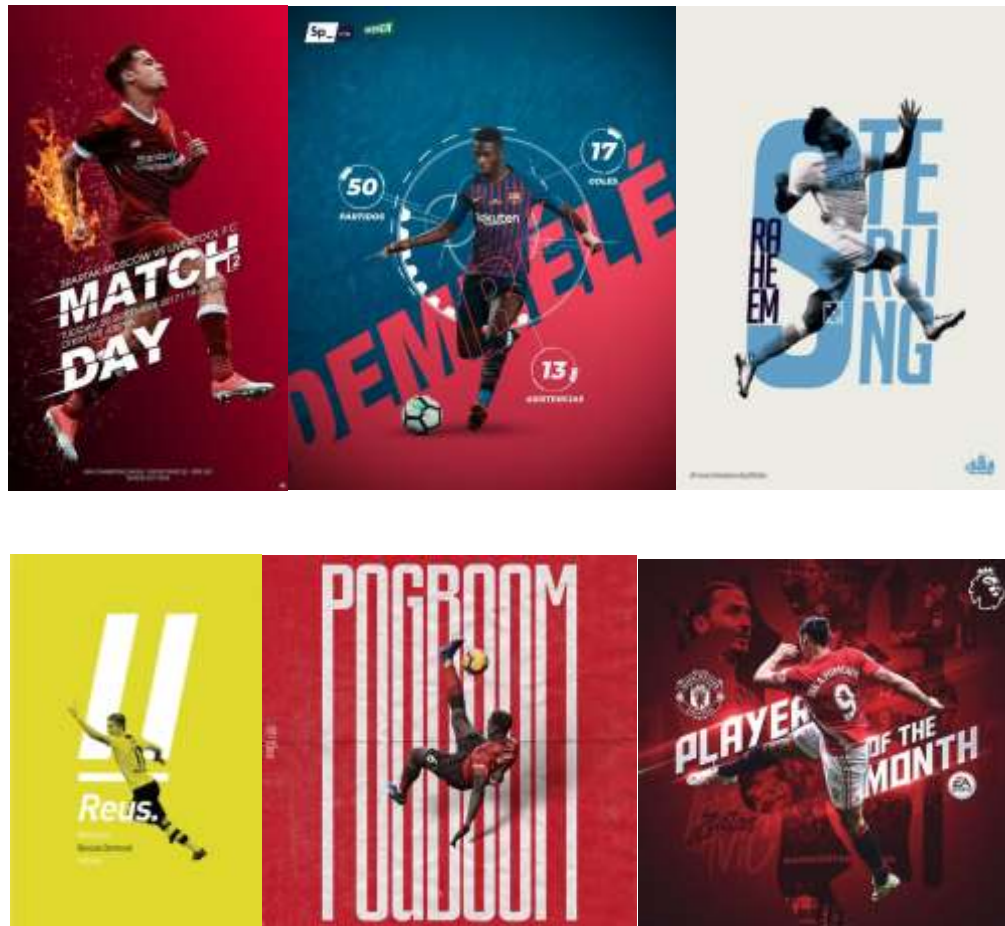


Gambar 3.5 Referensi Visual

(Sumber internet)

3.2.3.2 Referensi Desain

Referensi desain digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang digunakan sesuai dengan keinginan target.

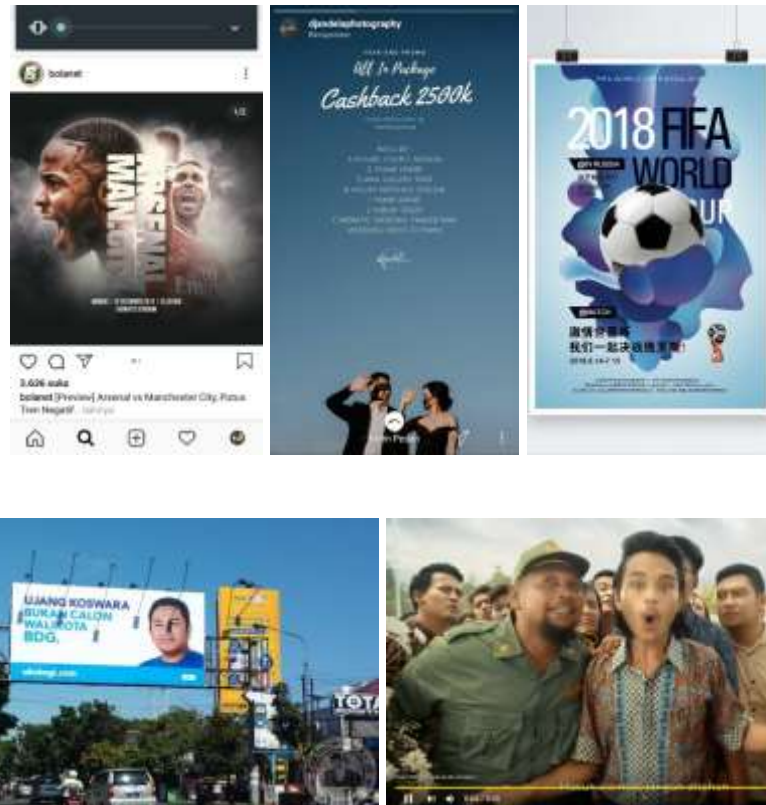


Gambar 3.6 Referensi Desain

(Sumber internet)

3.2.3.3 Referensi Media

Referensi Media digunakan sebagai panduan untuk menentukan media yang dekat dengan target *audience*, dalam melakukan aktifitas komunikasi perancangan promosi.



Gambar 3.7 Referensi Media

(Sumber internet)

3.2.3.4 Moodboard

Moodboard didapatkan dari hasil analisa pada *target audience*, yang mana lebih mengacu terhadap visual yang sesuai dengan keinginan *target audience*.



Gambar 3.8 MoodBoard

(Sumber internet)

- **Consumer Insight** : Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada target maka yang disimpulkan ialah target *ingin mengetahui Laws Of the Game* sepak bola, serta ingin mendapatkan edukasi dan informasi dari media dengan cara yang mudah dipahami.
- **Keyword**: *Laws of the Game*, Sepak Bola, Media Sosial

3.3 *What to say*

What to say yang akan disampaikan yaitu **“Buta Aturan Pangkal Keributan”** pesan yang akan disampaikan berupa informasi serta edukasi pemahaman tentang *Laws of the Game* dalam permainan sepak bola kepada para pelaku sepak bola di Bandung pada usia remaja awal sehingga meminimalisir keributan yang biasanya terjadi di lapangan antar supporter atau pemain dengan wasit.